

## **PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ**

Plan komunikacji zakłada realizację działań ukierunkowanych na jak najszersze włączenie społeczności lokalnych – mieszkańców obszaru LGD, przy zachowaniu skutecznej i obustronnej komunikacji. Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych odpowiadać będzie Biuro LGD. W realizację procesu komunikacji zaangażowani zostaną beneficjenci realizujący projekty współfinansowanych ze środków LSR.

Plan komunikacji, który jest efektem działań partycypacyjnych społeczności lokalnej (tj. ustalenie jego zasad miało miejsce w trakcie tworzenia LSR, a ostateczny kształt został poddany konsultacjom społecznym i uwzględnia uwagi zgłoszone w ramach konsultacji) określa cele działań komunikacyjnych, środki przekazu i weryfikację ich efektywności oraz wskazuje adresatów poszczególnych działań.

Plan komunikacji LSR powstał poprzez analizę wyników działań realizowanych podczas przygotowywania założeń LSR i jest wynikiem:

1. diagnozy uzyskanej z konsultacji społecznych (ankiety, wywiady, spotkania grupy roboczej, spotkania fokusowe itp.), które wskazały najważniejsze cele komunikacyjne, grupy adresatów oraz najskuteczniejsze dla nich kanały komunikacyjne; w konsultacjach uczestniczyli przedstawiciele wszystkich grup adresatów działań komunikacyjnych;
2. ewaluacji dotychczas stosowanego Planu Komunikacji 2016-2023 pod kątem rozpoznawalności i skuteczności działań komunikacyjnych;
3. zastosowania standardu minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Cele szczegółowe Planu komunikacji skupione są przede wszystkim na budowaniu wizerunku i postrzeganiu Lokalnej Grupy Działania Miasto Włocławek jako silnego i przyjaznego animatora i inkubatora innowacyjnych działań na rzecz lokalnej społeczności oraz na osiągnięciu wysokiej aktywności w procesie naboru projektów, które skutkować będą wysoką jakością przedstawianych wniosków o dofinansowanie. Plan komunikacji zakłada również regularne badanie efektywności podejmowania działań promocyjnych, które mają służyć lepszemu nawiązywaniu dialogu z mieszkańcami obszaru objętego działaniem LGD oraz poprawę jakości działań podejmowanych przez LGD.

Dokładny opis zawarty został w rozdziale 3.5 Lokalnej Strategii Rozwoju - Współpraca z lokalną społecznością na etapie wdrażania LSR.

### **Cele działań komunikacyjnych**

Celem komunikacji z lokalną społecznością jest budowanie i podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR, informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR, włączanie społeczności lokalnej w realizację LSR, upowszechnianie aktywnej integracji i aktywizacji społeczności lokalnej, informowanie o stanie realizacji LSR, a także pozyskiwanie informacji zwrotnej od lokalnej społeczności na temat skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR i skuteczności udzielanego wsparcia. LGD będzie starała się angażować

dotychczas biernych interesariuszy i podtrzymywać współpracę z dotychczasowymi partnerami zarówno z obszaru realizacji LSR jak i organizacjami spoza tego obszaru (LGD należy do wojewódzkiej sieci LGD oraz współpracuje z OWES we Włocławku).

W ramach prac nad Planem komunikacji uszczegółowiono 3 cele szczegółowe:

1. Upowszechnienie wiedzy o LGD i LSR w zakresie celów, przedsięwzięć i stanu realizacji LSR

Cel szczegółowy będzie realizowany w szczególności przez następujące działania komunikacyjne:

Działania informacyjne prowadzone za pomocą drogi elektronicznej

Działania promocyjno-animacyjne

Działania informacyjno-konsultacyjne

Działania informacyjne prowadzone za pomocą strony internetowej

Działania informacyjne prowadzone za pomocą mediów społecznościowych

Działania informacyjne upowszechniające wiedzę na temat LGD i LSR

2. Wsparcie podmiotów na etapie składania wniosków oraz rozliczania projektów z budżetu LSR

Cel szczegółowy będzie realizowany w szczególności przez następujące działania komunikacyjne:

Działania informacyjne prowadzone za pomocą drogi elektronicznej

Działania informacyjno-konsultacyjne

Działania komunikacyjne w ramach spotkań bezpośrednich

Działania informacyjne prowadzone za pomocą strony internetowej

Działania informacyjne prowadzone za pomocą mediów społecznościowych

Działania informacyjne upowszechniające wiedzę na temat LGD i LSR

3. Zwiększenie partycypacji społeczeństw w LSR poprzez wspieranie i aktywizację społeczności lokalnej w tym przedstawicieli grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji

Cel szczegółowy będzie realizowany w szczególności przez następujące działania komunikacyjne:

Działania informacyjne prowadzone za pomocą drogi elektronicznej

Działania promocyjno-animacyjne

Działania informacyjno-konsultacyjne

Działania informacyjne prowadzone za pomocą strony internetowej

Działania informacyjne prowadzone za pomocą mediów społecznościowych

### Opis grup odbiorców

Grupami odbiorców działań komunikacyjnych są przedstawiciele sektorów publicznego, gospodarczego i społecznego z miasta Włocławka.

Z uwagi na główne założenia RLKS tj. podejście partnerskie, oddolność, tworzenie różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, współpracę i partycypację niezbędne jest zapewnienie komunikacji z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR.

LGD Miasto Włocławek zapewni komunikację z następującymi grupami docelowymi swoich działań:

1. Lokalni liderzy m.in. rady osiedli/okręgów (o ile zostały utworzone), radni rady miejskiej, województwa;
2. instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, teatry, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku itp.;
3. organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kluby osiedlowe, spółdzielnie mieszkaniowe, kluby sportowe;
4. instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie, warsztaty terapii zajęciowej itp.;
5. mieszkańcy obszaru LSR;
6. przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

Lokalna Grupa Działania Miasto Włocławek będzie realizowała plan komunikacji zaprojektowany na poszczególne lata zgodny ze standardem minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ <sup>1</sup>					
Nazwa działania komunikacyjnego	Opis działania komunikacyjnego	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych
<i>Działania informacyjne prowadzone za pomocą drogi elektronicznej</i>	Informowanie drogą elektroniczną o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD.	podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum (pkt. 1-6)	Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej oraz dodanie newslettera do strony internetowej LGD (lub kontynuacja jego wysyłki jeśli LGD po-	utworzenie bazy mailowej; min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku	min. 50 osób/podmiotów/adresów zapisanych do newslettera

			siada newsletter).		
<i>Działania promocyjno - animacyjne</i>	Informowanie o działaniach LGD oraz wsparciu, którego udzieliło LGD , jak również informowanie o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.	mieszkańcy obszaru LSR	Organizacja lub współorganizacja otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, itp.) dla społeczności z terenu LSR o zasięgu ogólnomiejskim lub organizacja MPI podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR	min. 1 wydarzenie w roku /min. 3 MPI w roku	min. 200 uczestników otwartego wydarzenia w każdym roku (w przypadku organizacji więcej niż jednego wydarzenia w roku liczba uczestników wydarzeń sumuje się) min. 200 uczestników wydarzenia MPI (liczba uczestników wydarzeń sumuje się)
<i>Działania informacyjno-konsultacyjne</i>	Informowanie o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów, przekazywani informacji o zasadach przeprowadzenia tych konkursów, zakresu wsparcia przewidzianych w LSR zidentyfikowanie pomysłów , które będzie można zrealizować w ramach konkursów ogłoszonych przez LGD, konsultacje sposobu premiowania projektów w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD	m.in. radni miasta lokalni liderzy, przedstawiciele grup docelowych działań komunikacyjnych	Organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami rady miasta i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru LSR, lokalnymi liderami itp.	min. 1 spotkanie w roku	min. 1 osoba z każdej grupy docelowej działań komunikacyjnych
<i>Działania komunikacyjne w ramach spotkań bezpośrednich</i>	Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania pomo-	potencjalni wnioskodawcy/ grantobiorcy	Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/	min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłaszanego konkursu	min. 15 przeszkolonych osób

	cy w ramach LSR.		lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość prowadzenia szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs.		
<i>Działania informacyjne prowadzone za pomocą strony internetowej</i>	Informowanie o rocznym harmonogramie ogłoszenia konkursów oraz wynikach naborów, premiovanie projektów dofinansowanych w ramach LSR.	podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum (pkt. 1-6)	Prowadzenie strony internetowej LGD, gdzie w sposób czytelny i przejrzysty zapewniony zostanie dostęp do informacji o: - aktualnym harmonogramie naborów; - wynikach konkursów już przeprowadzonych; - wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową. Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie na stronie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok. Strona internetowa bę-	min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	min. 3000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku

			dzie prowadzona zgodnie z interfejsem ZW		
<i>Działania informacyjne prowadzone za pomocą mediów społecznościowych</i>	Informowanie o bieżącej działalności LGD.	osoby i podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum (pkt. 1-6)	Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu mediów społecznościowych	min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram, TikTok	min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu
<i>Działania informacyjne upowszechniające wiedzę na temat LGD i LSR</i>	Upowszechnienie informacji dotyczących LGD i LSR wśród lokalnej społeczności	osoby i podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum (pkt. 1-6)	Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w lokalnych mediach	liczba informacji w lokalnych mediach w ciągu roku (prasa/radio/TV)	min.2 informacje w ciągu roku
			Materiały informacyjne drukowane	Liczba materiałów informacyjnych różnej treści	min. 1 materiał w ciągu roku

<sup>1</sup> Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR (jeśli dotyczy).

Szczegółowy opis środków przekazu zaplanowanych w Planie komunikacji:

1. Prowadzenie **bazy mailowej** m.in. radnych miasta, powiatu i województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itp. w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. LGD dochowa najwyższej staranności, aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych i lokalnych liderów z obszaru LSR.
2. **Newsletter** (lub kontynuacja jego wysyłki), aby informować drogą elektroniczną podmioty wskazane w grupach docelowych o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. Wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymywania takich informacji poprzez newsletter. Planuje się wysyłkę min. 4 newsletterów rocznie do grupy adresatów określonych w bazie mailowej (min. 50 osób/podmiotów zapisanych w bazie).
3. Organizowanie **raz w roku otwartego wydarzenia** (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR, podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów. Dopuszczalna jest współorganizacja takiego działania w ramach wydarzeń o zasięgu ogólnym.

nomiejskim lub organizacja MPI – Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD.

Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD zostaną oznakowane roll-upem lub x-baner o min. wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

Wydarzenia organizowane przez LGD mogą być elementem szerszej kampanii promocyjnej RLKS w województwie, w wyniku której powstanie wspólny kalendarz takich wydarzeń.

4. Zorganizowanie **raz w roku otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami** rady miasta, lokalnymi liderami i przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru LSR, lokalnymi liderami itp., podczas którego LGD przedstawi informację o roczny harmonogram ogłaszania konkursów, przekaze informacji o zasadach przeprowadzenia tych konkursów, zakresu wsparcia przewidzianych w LSR zidentyfikowanie pomysłów, które będzie można zrealizować w ramach konkursów ogłoszonych przez LGD, konsultacje sposobu premiowania projektów w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD

Do przedstawicieli grup docelowych działań komunikacyjnych należą:

- a) wszyscy mieszkańcy obszaru LSR, w szczególności przedstawiciele grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, dzieci i młodzież, seniorzy,
- b) członkowie i organy LGD,
- c) wszyscy beneficjenci LGD,
- d) podmioty aplikujące i realizujące operacje w ramach LSR z sektorów publicznego, gospodarczego oraz społecznego,
- e) lokalni liderzy (m.in. radni rady miejskiej, województwa),
- f) przedstawiciele instytucji kulturalnych i edukacyjnych, w tym UTW,
- g) organizacje pozarządowe działające na obszarze LSR, w szczególności skupiające i działające na rzecz kobiet, dzieci i młodzieży, seniorów,
- h) instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej,
- i) przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

Ze spotkania sporządzony zostanie przez LGD raport zawierający zgłoszone przez uczestników pomysły i potrzeby mogące zostać sfinalizowane w ramach LSR oraz ewentualnej rekomendacji. O terminie i miejscu spotkania zostanie powiadomiony ZW.

Raport zostanie przekazany przez LGD do Wydziału Koordynacji RLKS. Akceptacja raportu przez ZW warunkuje możliwość ogłoszenia konkursów przez LGD monofunduszowe. W proces akceptacji raportu będą również zaangażowane DW FEdKP i DZ FEdKP.

5. Bezpłatne **szkolenia**, spotkania w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą

obejmować więcej niż jeden konkurs. Spotkania będą miały charakter informacyjny, szkolenia będą zawierały elementy warsztatowe, pracę w grupach, itp.

6. Funkcjonowanie **strony internetowej LGD** zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której:
  - zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów już przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową. Informacje zostaną zamieszczone na stronie startowej LGD lub istniejącej podstronie, do której bezpośredni dostęp (przekierowanie) będzie znajdowało się na stronie startowej LGD,  
Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje:
    - 1) Stan wdrażania LSR:
      - Lista projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR (podać wnioskodawcę, tytuł projektu, kwotę wsparcia, a w przypadku EFS+ miejsce realizacji projektu).
      - Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami.
    - 2) Prowadzone przez LGD działania animacyjne (zostaną opisane wydarzenia zorganizowane przez LGD) oraz projekty realizowane z innych środków niż budżet LSR.
7. Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej **1 z mediów społecznościowych** np. YouTube, Facebook, Instagram. LGD przewiduje co najmniej 4 aktywności w miesiącu w ramach prowadzenia mediów społecznościowych.
8. Informowanie poprzez **lokalne media**: telewizję, prasę lub radio. Przewiduje się, że LGD będzie informować lokalne media w celu upowszechnienia wiedzy nt. realizacji LSR.
9. Przygotowanie **materiałów informacyjnych**:
  - drukowanych, np. ulotka, plakat, broszura w zależności od aktualnych potrzeb grup docelowych,
  - elektronicznych, np. filmiki, e-publicacja (instrukcja, zasady prawidłowej realizacji, itp.).

Informowanie ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o zaplanowanych przez LGD w ramach planu komunikacji jednodniowych wydarzeniach/aktywnościach na terenie objętym LSR, tj. konferencjach, seminariach, Forum Generalnym LGD, wręczeniu umów grantowych/podsumowaniu konkursów, spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych, otwartych wydarzeniach plenerowych), na wskazany przez ZW adres mailowy.

O pozostałych aktywnościach organizowanych przez LGD w ramach planu komunikacji, biuro LGD zobowiązane jest niezwłocznie powiadomić ZW na ww. adres.

Ww. wydarzenia/aktywności powinny zostać oznakowane roll-upem o min. wymiarach 100x200 cm lub x-banerem zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

W przypadku, kiedy komunikacja okaże się nieskuteczna, zostanie powołany zespół roboczy, który przeanalizuje informacje wysyłane przez LGD pod kątem selekcji odbiorców, formułowania komunikatów, doboru kanałów komunikacji, a także przeprowadzi wywiady z przedstawicielami różnych grup społecznych, aby ocenić dlaczego przeprowadzone działania nie przyniosły oczekiwanych efektów oraz wprowadzi program naprawczy zgodny z wynikami przeprowadzonej diagnozy.

Szacunkowy koszt realizacji Planu komunikacji został opracowany na podstawie dotychczasowych doświadczeń Stowarzyszenia. Przewidywany koszt wdrażania Planu komunikacji w latach 2024-2029 wynosi 40.000,00 zł. Część działań wskazanych w dokumencie (np. umieszczanie informacji na stronie internetowej, FB, prowadzenie szkoleń w zakresie przyznawania pomocy itp.) będzie realizowana bezkosztowo w ramach etatów pracowników biura LGD.